

## **P O S U D E K VEDOUcíHO PRÁCE**

Jméno a příjmení diplomanta: Lenka Gazdíková

Téma práce: Imidž značky Umbro

Cíl práce: Zjistit image značky Umbro u cílové populace a navrhnout postupy pro zlepšení postojů ke značce.

1. Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti                      průměrné
- vstupní údaje a jejich                      nadprůměrné  
zpracování
- použité metody                      průměrné

2. Kritéria hodnocení práce:

|   | stupeň hodnocení |             |            |              |
|---|------------------|-------------|------------|--------------|
|   | výborně          | velmi dobře | vyhovující | nevyhovující |
| stupeň splnění cíle práce                     | 1                |             |            |              |
| samostatnost posluchače při zpracování tématu | 1                |             |            |              |
| logická stavba práce                          | 1                |             |            |              |
| práce s literaturou včetně citací             | 1                |             |            |              |
| adekvátnost použitých metod                   | 1                |             |            |              |
| hloubka provedené analýzy ve vztahu k tématu  |                  |             | 3          |              |
| úprava práce (text, grafy, tabulky)           | 1                |             |            |              |
| stylistická úroveň                            | 1                |             |            |              |

3. Využitelnost výsledků práce v praxi, příp. teorie:

průměrná

4. Připomínky a otázky k event. zodpovězení při obhajobě: Práce zpracovává poměrně aktuální tematiku image značky Umbro. Autorka v práci celkově splnila vytčené cíle. Pracovala velmi samostatně a téma si sama aktivně vyhledala. V teoretické části prokázala schopnost citovat adekvátně literaturu, stejně jako dobrý přehled o problematice. Použila standardní metody elektronického dotazování, které jsou pro tento typ výzkumu akceptovatelné. Hloubka interpretace výsledků a odpovědí je však někdy příliš mělká a často se omezuje jen na prezentaci výsledků. Otázky pro obhajobu: (1) Jak byste hlouběji vysvětlila skutečnost, že vlastníci zboží značky Umbro hodnotí značku výše, než ostatní? Například z pozice teorie kognitivní disonance? (2) Jaký vliv má podle vás omezený výběr respondentů elektronického dotazování na výsledky výzkumu?

5. Práce je doporučena k obhajobě.

6. Navržený klasifikační stupeň: V závislosti na průběhu obhajoby předběžně 1 - 2

